

# Vous achetez un institut ? CINQ POINTS À VÉRIFIER AVANT DE SIGNER !

A priori, racheter un institut existant s'avère beaucoup moins risqué que de vous lancer dans une création d'activité. Mais, même si l'affaire vous paraît alléchante, attention ! Posez-vous toutes les questions, surtout celles que vous avez tendance à oublier, pourtant essentielles à votre réussite.

## QUEL ENVIRONNEMENT DANS LE FUTUR ?

**V**ous avez étudié -ou fait étudier- le chiffre d'affaires et les trois derniers bilans de l'institut qui vous intéresse et les résultats semblent confirmer un bon niveau d'activité. Ne vous arrêtez pas à cette première étude, qui est certes une bonne indication de sa vitalité mais qui ne préjuge pas de l'avenir.

En effet, comme pour toute activité de service, et à majeure raison lorsqu'elle n'est pas indispensable au quotidien, la vie d'un institut est intimement liée au contexte local qui l'entoure. Depuis quelques années, les environnements ont tendance à se modifier très rapidement, que ce soit en ville ou dans des zones plus rurales.

## Les bonnes questions à vous poser

Il suffit de l'ouverture ou la fermeture d'une entreprise, de la délocalisation d'une succursale pour que les perspectives commerciales en soient profondément modifiées. S'il est difficile d'avoir une vision sur le très long terme, il est possible en revanche d'avoir connaissance de certains projets à venir : y a-t-il des implantations industrielles prévues ou la construction d'une zone d'habitation, un centre commercial va-t-il s'édifier à proximité avec l'ouverture de magasins de chaînes dans le secteur de la beauté ? Autant de questions que vous pourrez poser aux services dédiés de la mairie du lieu où vous souhaitez vous installer.

De la même manière, le dynamisme de l'équipe municipale et leurs initiatives pour revitaliser le centre-ville et les zones commerciales sont d'excellents indicateurs pour vous aider à prendre votre décision.



### L'INSTITUT A-T-IL BONNE RÉPUTATION ?

Les chiffres reflètent le niveau d'activité mais pas forcément la satisfaction de la clientèle. En effet, si l'institut que vous avez repéré est dans un quartier animé, un lieu de passage ou avec de nombreux bureaux d'activité à proximité, ce qui est évidemment un excellent point, il est aussi possible que les clientes passent et ne reviennent pas.

#### Comment mener l'enquête ?

Pour en savoir plus sur la réputation de l'institut, vous pouvez mener votre enquête auprès du voisinage, contacter les comités d'entreprise et demander à consulter le fichier clientèle. C'est une demande qui n'a rien de déplacé lorsque vous êtes en cours de négociation et ces fiches, si elles sont bien tenues, sont riches d'indications sur les soins les plus pratiqués, les ventes de produits réalisées et la fréquence des rendez-vous ou des cures suivies par chaque cliente. Si, en revanche, ce fichier est peu fourni ou carrément inexistant (ce qui est parfois malheureusement le cas), il faut vous poser des questions sur le fichier de clientèle que vous allez racheter.

*Oui, le bilan est bon, mais cet institut est-il fait pour vous ?*

### LE CONCEPT DE L'INSTITUT CORRESPOND-IL À VOTRE PROJET ?

L'une des premières choses que vous devez vérifier avant d'acquérir un fonds de commerce, c'est de vous assurer s'il s'agit d'une «bonne affaire» avec des bons bilans, un bail pérenne et des équipements en bon état. Des éléments essentiels mais qui occultent parfois un point tout aussi important : cet institut est-il vraiment fait pour vous ? De nombreuses esthéticiennes qui souhaitent s'établir s'imaginent qu'avec beaucoup d'investissement personnel et grâce à leur expertise, elles vont pouvoir changer les choses très vite. Or, ce n'est pas si simple.

#### Pourquoi changer de concept peut être un problème ?

Si la propriétaire précédente a réussi à faire prospérer son affaire et à fidéliser une clientèle, c'est sans doute parce qu'elle a répondu à la demande dans la zone où elle était implantée. Si votre philosophie de soin est différente et que vous voulez renoncer à certaines marques pour en implanter d'autres, cela risque d'engendrer une désaffection d'une partie des clientes, déjà ...

- déstabilisées par le changement de personne et qui ne s'y retrouveront plus. Vous pourrez certainement capter une nouvelle clientèle mais cela ne se fera pas en quelques semaines, ni même en quelques mois.

### Découvrez la vendeuse

En réalité, ce qui compte le plus en dehors de l'état financier d'un institut, c'est son adéquation avec votre propre projet. D'où l'importance de rencontrer plusieurs fois votre vendeuse, de comprendre son mode de fonctionnement et évaluer si vous possédez quelques affinités. Certes, vous ne serez pas amenées à travailler ensemble mais si vous avez la même approche professionnelle, le relais se fera bien plus en douceur, tant auprès de la clientèle que d'éventuelles salariées.

### DISPOSEZ-VOUS D'UN VRAI BILAN ÉNERGÉTIQUE ?

L'étendue des charges fixes, correspondant au loyer, aux différentes taxes et aux salaires, n'est pas la seule ligne sur laquelle vous devez vous arrêter. On sous-estime trop souvent le poids de la consommation énergétique qui peut très vite grimper dans un institut de beauté. Aussi, et surtout si le prix de vente englobe du matériel professionnel, pensez à regarder de très près les factures d'électricité et de gaz. Le fonctionnement de certains appareils peut peser très lourd dans vos frais fixes et vous empêcher au final de dégager une marge bénéficiaire, voire un salaire correct pour vous.

### La solution pour faire des économies

Dans ce cas, la bonne stratégie consiste peut-être à ne reprendre que le matériel qui vous intéresse vraiment ou les appareils les moins énergivores, et de mener une négociation sur le prix de vente global. Car ce que l'on ne sait pas toujours, c'est qu'il n'y a aucune obligation de reprendre le fonds de commerce dans sa totalité, que ce soit au niveau des équipements que du stock de produits.

Il est également nécessaire de vérifier si la chaudière, le ballon d'eau chaude, le chauffage ou la climatisation montrent de signes de vétusté.

*Pour éviter toute concurrence, sachez ce que compte faire la vendeuse*

### Vous ne vérifierez jamais assez

Enfin, en dehors du bilan énergétique obligatoire qui doit être fourni pour chaque transaction, rien ne vous empêche de vérifier si la vendeuse a réalisé des aménagements en vue de réaliser des économies : isolation, équipements tournés vers les énergies renouvelables comme le solaire par exemple. En fait tout ce qui pourrait permettre de réaliser des économies substantielles. Là encore, l'évaluation des travaux que vous seriez amenée à réaliser peut faire partie de la négociation du prix de vente.

### QUELS SONT LES PROJETS DE VOTRE VENDEUSE ?

La vente d'un fonds de commerce se fait toujours pour une bonne raison. Sans être intrusive face à votre vendeuse, il est toujours intéressant de connaître ses futurs projets professionnels. En effet, rien ne l'empêche de poursuivre son activité dans un autre lieu ou sous une forme différente, par exemple dans un cabinet paramédical, à domicile, de façon itinérante. En revanche, si ce nouveau lieu est proche de l'institut que vous rachetez, le risque est alors de voir la clientèle, qui représente une partie de la valeur de l'affaire que vous convoitez, suivre leur ancienne esthéticienne.

### N'oubliez pas la clause de non-concurrence

Vous avez la possibilité d'inclure dans votre acte de vente une clause de non-concurrence, qui définit notamment une zone géographique avec un périmètre minimum et la durée dans le temps (deux ans ou plus). N'hésitez pas à la faire inscrire dans l'acte de vente, c'est une bonne manière de vous protéger, en tout cas pour quelque temps. Néanmoins, avoir la certitude que l'ancienne responsable quitte la région pour raisons familiales ou fait une reconversion professionnelle dans un secteur très différent du vôtre, reste la meilleure assurance de ne pas subir une concurrence directe qui pénaliserait vos débuts. ■■